

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС КАК ИНСТИТУТ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ЭТИКИ

Жукова С. П., г. Минск

Активное формирование институтов корпоративной и профессио-нальной этики (кодексов, клятв, комитетов и комиссий, процедур лицензирования и т. д.) стало реальностью современной нравственной культуры, «модным трендом» бизнеса и современных деловых отношений в целом. Институциональность является одной из специфических характеристик прикладной этики как современной ступени развития нравственной культуры. Она задается, прежде всего, локализацией коллизий современной прикладной этики в публичной сфере социума, публичным характером принятия решений. Функционирование различных видов прикладной этики обеспечивается специфическими институтами; своя система институтов складывается в этике организации. К институтам организационной этики традиционно относят этические кодексы (корпоративные кодексы), иные документы организации, содержащие этические положения (приказы, предписания, различные публикации). Новейшими институтами стали этические комитеты и комиссии, «этические должности» (адвокат по этике, советник по этическим вопросам) как особые экспертно-консультативные инстанции, но им релевантны и различные организационные структуры, обращающиеся к этическим вопросам (педсовет в школе, советы вузов и факультетов, др.). В особую группу этических институтов можно включить специально разработанные структуры и «механизмы» реализации организационной этики, повышения этического уровня организации: институт гласности, организацию этического просвещения, морально-психологические тренинги, социальные отчеты, институт «сигнализаторства», др. Простой (и неполный) перечень институтов организационной этики свидетельствует как об актуализации и перспективности развития этого компонента культуры организации, так и о его морально-этической неоднозначности.

Морально-этическая проблематика функционирования институтов организационной этики может быть эксплицирована посредством изучения этических кодексов как наиболее устойчивых и распространенных в деловой сфере. Этический

кодекс репрезентирует совокупность ориентирующих и регламентирующих компонентов корпоративной и профессиональной культуры (ценностей и традиций, принципов и норм, образцов поведения, предписаний этикета и др.). Кодексы прикладной этики оказываются своего рода промежуточным и связующим звеном между индивидуальной и общественной моралью, с одной стороны, и административно-правовой регуляцией, с другой. Сложно дифференцированное содержание этических кодексов предполагает их социокультурную и собственно морально-практическую неоднозначность.

Акцентируя приоритетные ценности организации, кодекс определяет единый ориентир профессиональной деятельности и деловых отношений сотрудников; будучи особым институтом саморегулирования, способствует конституированию и сплоченности организации. Но в качестве средства реализации стратегических целей он может быть трансформирован в «инструмент давления». Этический кодекс организации, декларируя универсальные принципы уважения моральных субъектов, справедливости, честности, способствует формированию репутационного капитала, позитивного имиджа организации для «игры на рынке». Так моральный компонент культуры организации превращается в средство достижения внеморальных целей.

Детализированный кодекс организационной этики предлагает сотруднику своего рода «алгоритм» действия в условиях сложного профессионального морального выбора, в конфликтных ситуациях, становится «средством поддержки» индивидуальной морали. Кодекс служит определенной гарантией справедливости межличностных деловых отношений. Но индивидуальные моральные усилия (как экзистенциальные, так и морально-практические) оказываются как будто не востребованными.

Создание и внедрение кодексов организационной этики может интерпретироваться как реализация социально-нравственного творчества. Действительно, в процессе формирования и реализации этических документов развивается, поддерживается общественная мораль, дифференцируется и конкретизируется нравственная культура социума. Впрочем, эти же процессы репрезентируют «фрагментацию» нравственной жизни.

Этические кодексы и другие институты организационной этики являются своего рода «инструментами» реализации философии и идеологии, морально-этического вектора организации, поддерживают функционирование организационной культуры, способствуют ее закреплению в мировоззрении человека организации и в межличностных отношениях, трансляции вовне. Но эти же институты, переводя ценностно-нормативные системы в разряд стандартов поведения, формализуют нравственные отношения в организации.

Таким образом, морально-этическое значение кодекса организации (корпоративного кодекса) представляется амбивалентным как в контексте культуры организации, так и нравственной культуры.

Этический кодекс в качестве института культуры организации обладает особым статусом. Он не является в полной мере самостоятельным, тем более не может утверждаться в качестве положения, фундирующего культуру организации, ее морально-этический компонент. Вместе с тем, кодекс не должен редуцироваться к одному из специфических средств достижения неморальных целей организации (создания репутационного капитала, повышения эффективности деятельности, максимизации прибыли и т. п.). Кодекс организации в действительности имеет «инструментальный» статус, является морально-практическим средством, предъявляющим и утверждающим моральный вектор и смыслы организационной культуры, средством воплощения и реализации «общего духа» и миссии организации. Посредством этического кодекса наиболее значимые ценностно-нормативные тенденции нравственной культуры социума могут быть реализованы (или хотя бы представлены) в деловой сфере. Эффективность кодекса, очевидно, коррелирует с его органичностью философии организации, организационной культуре в целом, но также с тем, насколько в нем представлены нравственные приоритеты делового сообщества и общепринятые моральные ценности, принцип общего блага.